

BAB III

PENYAJIAN DATA

Pada bab III ini, penulis menyajikan data-data yang diperoleh dari hasil wawancara secara langsung kepada informan tentang Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kampar dalam mempromosikan Wisata Candi Muara Takus dengan mewawancarai 5 (lima) orang narasumber, yaitu:

No	Nama	Jabatan
1	M. Nur. SP.MM	Kepala Bidang Pariwisata
2	M. Saleh. S.Sos	Kasi Bina Objek Wisata dan Ekonomi Kreatif
3	Zulkifli	Kasi Promosi dan Pemasaran Pariwisata
4	Yuhamar. S.Sos	Pegawai dan staf pariwisata
5	Alvian	Pegawai dan staf pariwisata

Keenam narasumber diwawancarai disela-sela kesibukannya di kantor Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kampar di jalan. Tuanku Tambusai-Bangkinang pada tanggal 16 Oktober 2014.

A. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kampar dalam Mempromosikan Wisata Candi Muara Takus.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap narasumber yang berkaitan dengan indikator-indikator dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Komunikator.

Komunikator merupakan orang yang bertindak sebagai pelaku.

Komunikator dalam Strategi Komunikasi dalam Promosi Wisata Muara

Takus berupa penyampaian pesan-pesan wisata yang ditujukan kepada pengunjung.

a. Pihak pemerintah

Pemerintah merupakan lembaga yang memiliki kewenangan atas daerah yang dipimpinnya. Pemerintah memiliki andil yang penuh dalam mengembangkan kawasan daerahnya termasuk kawasan cagar budaya.

Wisata Candi Muara Takus merupakan salah satu aset sejarah yang dimiliki oleh pemerintah daerah Kampar, oleh sebab itu pemerintah menjadi salah satu pengelola yang harus mampu mengembangkan potensi wisata yang ada di daerahnya.

Dalam hal komunikator dalam promosi Objek Wisata Candi Muara Takus sepenuhnya dilakukan oleh pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Pariwisata Kabupaten Kampar melalui Bidang Pariwisata dibawah Kasi Promosi dan Pemasaran Pariwisata. Komunikator melakukan promosi dengan cara memberikan informasi Wisata Candi Muara Takus dengan infrastruktur, fasilitas, kemudian paket wisata yang kita tawarkan. Dan juga penggunaan media baik cetak maupun elektronik. *M. Nur. MM (wawancara: Kepala Bidang Pariwisata, 16 Oktober 2014).*

Hal yang sama juga disampaikan oleh Kasi Bina Objek Wisata dan Ekonomi Kreatif. Komukator dalam promosi Wisata Candi Muara Takus sepenuhnya dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan

Olahraga Kabupaten Kampar dalam hal ini Kasi Promosi dan Pemasaran Pariwisata dan juga UPTD di Objek Wisata Candi Muara Takus. *M. Saleh. S.Sos. (wawancara: Kasi Bina Objek Wisata dan Ekonomi Kreatif. 16 Oktober 2014).*

Sebagai komunikator dalam promosi Wisata Candi Muara Takus, sepenuhnya di lakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kampar dibawah Kasi Promosi dan Pemasaran Pariwisata, kita yang mempromosikan Candi Muara Takus, dan UPTD di Objek Wisata Candi Muara Takus. *Zulkifli. (wawancara: Kasi Promosi dan Pemasaran Pariwisata, 16 Oktober 2014).*

Hal yang sama juga diungkapkan oleh pegawai pariwisata komunikator dalam promosi Wisata Candi Muara Takus yang melakukan promosi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kampar melalui Kasi Promosi dan Pemasaran Pariwisata dan UPTD Objek Wisata Candi Muara Takus. *Alvian. (wawancara: Pegawai pariwisata, 16 Oktober 2014).*

2. Pesan

Pesan merupakan informasi atau gagasan yang disampaikan oleh komunikator kepada perorangan atau kelompok tertentu. strategi pesan dan promosi wisata candi muara takus berupa infrakstuktur, fasilitas dan paket wisata.

a. Pesan infrastruktur

Infrastruktur merupakan segala bentuk faktor penunjang yang ditawarkan kepada pengunjung sewaktu memasuki kawasan Wisata Candi Muara Takus.

Pesan infrakstruktur yang disampaikan kepada pengunjung yaitu berupa keadaan jalan. Adapun jalan menuju Objek Wisata Candi Muara Takus bagus, selaku pengelola UPTD di Objek Wisata Candi Muara Takus melakukan monitoring kepada mobil yang bermuatan besar untuk tidak melewati kawasan Wisata Candi Muara Takus dan memberikan jalur alternatif agar tidak merusak jalan yang menjadi akses masuk bagi wisatawan. *M. Nur. MM, (wawancara: Kepala Bidang Pariwisata, 16 Oktober 2014).*

Sebelum sampai ke Objek Wisata Candi Muara Takus, wisatawan akan melihat adanya gapura yang menandakan bahwa di sana ada Objek Wisata Candi Muara Takus, dari gapura menuju kawasan Wisata Candi Muara Takus dengan jarak tempuh 15 menit. Akses jalan di komplek area Objek Wisata Candi Muara Takus ini bagus. Dengan jalan paving block akan memudahkan wisatawan berkeliling komplek Wisata Candi Muara Takus. *M. Saleh. S.Sos, (wawancara: Kasi Bina Objek Wisata dan Ekonomi Kreatif, 16 Oktober 2014).*

Berdasarkan observasi peneliti bahwa kondisi jalan mulai dari gapura Wisata Candi Muara Takus sebelum sampai ke kawasan Objek Wisata Candi Muara Takus kurang bagus, peneliti melihat banyak

jalan yang berlubang dan penuh lumpur. Dikarenakan adanya mobil besar yang melintasi jalan menuju kawasan Objek Wisata Candi Muara Takus. (Observasi, 17 Oktober 2014).

b. Fasilitas

Fasilitas merupakan segala hal yang dibutuhkan untuk melayani para pengunjung yang akan mengunjungi kawasan Objek Wisata Candi Muara Takus. Dengan adanya fasilitas yang memadai, maka pengunjung akan merasa senang saat berada di kawasan Wisata Candi Muara Takus tersebut.

Fasilitas yang sudah kita sediakan untuk pengunjung kita menyediakan pos jaga untuk melayani pengunjung yang masuk ke Wisata Candi Muara Takus, musholah, WC, parkir, kios-kios, taman bermain anak-anak dll. *M. Saleh. S.Sos, (wawancara: Kasi Bina Objek Wisata dan Ekonomi Kreatif, 16 Oktober 2014).*

Observasi yang peneliti lakukan di kawasan Wisata Candi Muara Takus berkenaan dengan fasilitas yang disebutkan diatas tidak terawat dengan baik, tidak tersedianya air bersih, mushollah yang juga tidak terawat, tidak adanya petugas parkir, taman bermain untuk anak-anak rusak sehingga tidak bisa digunakan, pangung promosi tidak dimanfaatkan dengan baik. Kios-kios yang ada tidak dipergunakan dengan semestinya. (Observasi, 17 Oktober 2014).

c. Paket Wisata

Paket wisata merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kampar untuk beberapa tempat wisata sebelum menuju kawasan Wisata Candi Muara Takus. Dengan adanya penawaran paket wisata ini, maka pengunjung dapat menikmati hal lain selain tempat yang hendak di tuju.

Paket wisata yang kita tawarkan kepada pengunjung yang diberi nama dengan pola perjalanan wisata pekanbaru ke kabupaten Kampar paket wisata dua hari. Wisatawan akan melewati rute mulai dari Objek Wisata PLTA Koto Panjang, kemudian ke Candi Muara Takus dan terakhir ke Wisata Alam Sungai Kapur Desa Tanjung XII Koto Kampar. *M. Nur. MM (wawancara: Kepala Bidang Pariwisata, 16 Oktober 2014).*

Hal senada juga di sampaikan oleh bapak M. Saleh. S.Sos selaku Kasi Bina Objek Wisata dan Ekonomi Kreatif, selain pesan infrakstuktur dan fasilitas yang kita tawarkan, selaku pengelola Wisata Candi Muara Takus juga menawarkan paket wisata dengan lama kunjungan selama dua hari dari pekanbaru ke kabupaten Kampar. Pertama dari pekanbaru menuju kelompok sadar wisata (pokdarwis) PLTA Koto Panjang kelokasi wisata memancing diantaranya memancing ikan toman, ikan tapa, ikan gurami dengan jarak tempuh 180 menit lama kunjungan wisata satu hari, selanjutnya menuju objek wisata candi muara takus yang merupakan tempat wisata sejarah dengan jarak tempuh 35 menit, lama kunjungan dua jam, kemudian

dilanjutkan kewisata alam sungai kapur desa tanjung XIII Koto Kampar, dimana kita bisa menikmati pemandangan alam, dengan jarak tempuh 35 menit, lama kunjungan 1 hari. *M. Saleh. S.Sos, (wawancara: Kasi Bina Objek Wisata dan Ekonomi Kreatif, 16 Oktober 2014).*

Observasi yang peneliti lakukan dalam paket wisata yang ditawarkan ini. Tidak adanya tempat penginapan, sehingga wisatawan harus menuju kota bangkinang menginap di hotel untuk beristirahat. Ini yang dikeluhkan oleh wisatawan dari luar daerah, karena tidak adanya penginapan. (Observasi, 17 Oktober 2014).

3. Media Promosi

Media merupakan sarana atau saluran yang dipergunakan pengelola promosi dalam menyampaikan pesan-pesan promosi Wisata Candi Muara Takus. Dengan adanya media promosi ini maka akan mampu mendatangkan jumlah kunjungan ke kawasan Wisata Candi Muara Takus.

a. Media non massa

Media non massa merupakan media promosi yang bersifat langsung tanpa menggunakan perantara lain. Media non massa akan menawarkan berbagai bentuk kegiatan yang dilakukan oleh pengelola guna meningkatkan kunjungan wisata di Objek Wisata Candi Muara Takus. Bentuk kegiatan yang dilakukan antara lain seperti *event-event*, di kawasan Wisata Candi Muara Takus.

Setiap sekali setahun umat budha melakukan upaca keagamaan (waisak). Tanggal 27 Mei 2014 lalu, ratusan umat budha baik dari

pekanbaru maupun Malaysia, singapura dan Tibet merayakan event tahunan Dharmaytra, yakni waisak di Candi Muara Takus. Tahun ini, tema yang di angkat adalah “journey to mindfulness” atau perjalanan menuju kesadaran. Dalam ritual tersebut, umat budha selain mengumandangkan puji-pujian dan do,a, mereka juga mengitari komplek candi sebanyak tiga kali, ritual ini dilakukan untuk memberikan penghormatan terhadap Guru Patma Sambhawa. Menurut keyakinan mereka, Muara Takus merupakan salah satu peninggalan Guru Patma Sambhawa. Seperti juga tahun-tahun sebelumnya, event tersebut berlangsung secara tertib dan khidmat dan cukup menarik banyak pengunjung yang mendatangi Candi untuk melihat dari dekat prosesi ritual umat budha itu. *M. Nur. MM (wawancara: Kepala Bidang Pariwisata, 16 Oktober 2014).*

Hal senada juga diungkapkan oleh Kasi Bina Objek Wisata dan Ekonomi Kreatif bapak M. Saleh. S.Sos, Untuk di Candi Muara Takus kita ada event waisak yang setiap tahun di adakan oleh umat budha. *M. Saleh. S.Sos, (wawancara: Kasi Bina Objek Wisata dan Ekonomi Kreatif, 16 Oktober 2014).*

Berdasarkan observasi peneliti dalam upacara waisak tersebut pengelola Wisata Candi Muara Takus tidak memanfaatkan panggung promosi untuk menyampaikan informasi Wisata Candi Muara Takus berupa sejarah siapa yang mendirikan, tahun berapa didirikan, sehingga pengunjung bisa mengetahui sejarah Candi Muara Takus ini. (Observasi, 17 Oktober 2014).

b. Media Massa

Media massa merupakan media yang digunakan sebagai saluran untuk menyampaikan berbagai informasi kepada khalayak luas agar masyarakat bisa mengetahui apa yang belum diketahui sebelumnya.

Media massa terbagi juga atas tiga bagian, yaitu: media elektronik, media cetak dan media *cyber* (internet).

1) Media elektronik

Media elektronik merupakan media massa yang menyampaikan pesan-pesan kepada khalayak umum dengan perantara media elektronik seperti televisi dan radio.

Media elektronik digunakan dalam mempromosikan Wisata Candi Muara Takus dengan menggunakan televisi dan radio, seperti TVRI, Metro Tv, RTV, Trans 7 dan Radio Pratama 88.09 FM. *M. Nur. MM (wawancara: Kepala Bidang Pariwisata, 16 Oktober 2014).*

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Zulkifli selaku Kasi Promosi dan Pemasaran Pariwisata, media elektronik yang digunakan Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kampar dalam mempromosikan Objek Wisata di Kampar seperti TVRI, Metro Tv, RTV, Trans 7. *Zulkifli. (wawancara: Kasi Promosi dan Pemasaran Pariwisata, 16 Oktober 2014).*

2) Media cetak

Media cetak merupakan media massa yang digunakan untuk menyampaikan informasi melalui tulisan-tulisan yang dimuat dalam berbagai bentuk jenis surat kabar.

Media cetak diperuntukkan bagi orang-orang yang tidak memiliki waktu luang untuk menonton ataupun mendengarkan informasi melalui media elektronik. Sebagai media massa, maka media cetak dapat digunakan untuk memuat berbagai informasi mengenai kawasan Wisata Candi Muara Takus.

Media cetak yang di gunakan Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kampar seperti media lokal (Riau pos, Haluan Riau, Batam Pos,). *Zulkifli. (wawancara: Kasi Promosi dan Pemasaran Pariwisata 16 Oktober 2014).*

Hal senada juga diungkapkan oleh pegawai pariwisata bapak Yuhamar, media cetak yang kita gunakan media lokal, Riau Pos, Haluan Riau, Batam Pos. Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kampar juga melakukan promsoi dengan pembuatan majalah (Kampar guide, jelajah Kampar, brosur). *Yuhamar. S.Sos, (wawancara: pegawai pariwisata, 16 Oktober 2014).*

3) Media internet

Media internet merupakan media massa yang yang menyalurkan berbagai informasi kepada khalayak umum melalui dunia maya. Dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisata, maka

pengelola Wisata Candi Muara Takus dapat memanfaatkan internet untuk menjangkau segala kalangan, apalagi internet merupakan salah satu bagian kehidupan masyarakat di era *cyber* ini.

Dalam mempromosikan Wisata Candi Muara Takus juga menggunakan *you tube* sebagai promosi dengan cara mengklik “Wisata Kampar”. *M. Nur. MM (wawancara: Kepala Bidang Pariwisata, 16 Oktober 2014).*

Promosi penggunaan media internet seperti *you tube* dengan muliskan Wisata Kampar akan muncul beberapa objek wisata termasuk Wisata Candi Muara Takus. *Zulkifli (wawancara: Kasi Promosi dan Pemasaran Pariwisata, 16 Oktober 2014).*

Hal yang sama juga disampaikan oleh bapak Alvian selaku pegawai pariwisata, kita juga menggunakan *you tube* dalam promosi Wisata Candi Muara Takus dengan mengklik “Wisata Kampar” maka akan muncul wisata-wisata yang ada di Kampar. *Alvian, (wawancara: pegawai pariwisata, 16 Oktober 2014).*

Dari observasi yang peneliti lakukan berkenaan dengan penggunaan media internet *you tube*. Selaku pengelola kurang *update* informasi-informasi terbaru yang berkenaan dengan Wisata Candi Muara Takus. (Observasi, 17 Oktober 2014).

4. Sasaran.

Sasaran merupakan orang yang menerima pesan-pesan promosi Wisata Candi Muara Takus. Adapun yang menjadi sasaran promosi Wisata Candi Muara Takus ini adalah masyarakat umum termasuk pelajar dan mahasiswa.

a. Sasaran Umum

Sasaran umum merupakan sasaran yang ingin ditujukan untuk khalayak umum yang ingin mengunjungi kawasan Wisata Candi Muara Takus.

Yang menjadi sasaran dalam promosi Wisata Candi Muara Takus tentu masyarakat umum atau pengunjung. *M. Nur. MM, (wawancara: Kepala Bidang Pariwisata. 16 Oktober 2014).*

Sasaran promosi Wisata Candi Muara Takus ini tentu masyarakat umum. *Zulkifli, (wawancara: Kasi Promosi dan Pemasaran Pariwisata. 16 Oktober 2014).*

Observasi yang peneliti lakukan terhadap pengunjung di Wisata Candi Muara Takus ada juga dari wisatawan asing yang mengunjungi Wisata Candi Muara Takus. Akan tetapi lebih banyak pengunjung yang berasal dari luar daerah (Pekanbaru, Medan dan Palembang). (Observasi, 17 Oktober 2014).

b. Sasaran Khusus

Sasaran khusus merupakan sasaran yang ingin dicapai oleh pihak pengelola untuk meningkatkan jumlah kunjungan Wisata Candi Muara Takus. Sasaran ini di khususkan bagi sebagian kelompok orang dalam kunjungan Wisata Candi Muara Takus.

Selain masyarakat umum yang menjadi sasaran promosi Wisata Candi Muara Takus ini yaitu pelajar dan mahasiswa yang suka dengan wisata cagar budaya. *M. Nur.MM, (wawancara: Kepala Bidang Pariwisata. 16 Oktober 2014).*

Tidak hanya untuk umum, untuk pelajar dan mahasiswa juga kita prioritaskan agar pelajar, mahasiswa bisa mengetahui sejarah Candi Muara Takus, biasanya mereka datang secara berombongan. *Alvian. (wawancara: pegawai pariwisata, 16 Oktober 2014).*

5. Biaya.

Biaya merupakan faktor yang sangat penting dalam melakukan berbagai kegiatan, setiap kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan dan lembaga tentu membutuhkan biaya. Besar kecilnya biaya tergantung kepada alat promosi yang digunakan.

Dalam hal pembiayaan untuk promosi Wisata Candi Muara Takus selaku pengelola tidak bisa menyebutkan secara pasti angkanya, akan tetapi biaya promosi biasa mencapai puluhan juta rupiah. *M.Nur. MM, (wawancara: Kepala Bidang Pariwisata, 16 Oktober 2014).*

Biaya yang di keluarkan untuk promosi Wisata Candi Muara Takus tentu besar, kita tidak bisa menyebutkan berapa angkanya yang jelas puluhan juta rupiah. *Zulkifli, (wawancara: Kasi Promosi dan Pemasaran Pariwisata. 16 Oktober 2014).*

Hal yang sama di sampaikan juga oleh bapak Alvian selaku pegawai pariwisata, untuk pembuatan majalah, buku, brosur, VCD, iklan

di radio dan surat kabar memerlukan biaya yang besar, kisaran puluhan juta rupiah. *Alvian. (wawancara: pegawai pariwisata, 16 Oktober 2014).*